

摘要

山东具有悠久的历史 and 多彩的文化，同时拥有非常多有特色的民间艺术，而这些艺术则是融合了劳动人民的智慧。山东人民用他们自身的聪明才智创造出了特色鲜明、人文气息浓厚的民间泥塑艺术，是人类珍贵的文化遗产。但是随着我国经济的发展，社会结构、生活方式、大众审美观念发生了一系列的变化。民间泥塑渐渐失去生存的土壤，发展面临一系列危机。在信息时代发扬和传承民族文化，推动本土文化在现代设计中的融合和应用，是现代设计艺术发展的趋势。如何将山东民间泥塑与现代设计艺术结合在一起，用现代的美学观念和消费理念重新审视，并用现代设计手法进行创新设计也是目前急需解决的问题。

本文首先对山东民间泥塑的概况、分布、特征进行论述，并对其生存现状进行分析，详细阐述了现代环境对山东民间泥塑的影响。在这些理论支撑的基础上，对山东民间泥塑进行品牌形象的整合。本文第一部分是山东民间泥塑的基本理论；第二部分是山东民间泥塑在现代环境下的认知和身份的转变；第三部分是山东民间泥塑的创新方法；第四部分是结合具体案例对山东民间泥塑的创新设计和对发展之路的展望。

关键词：民间泥塑；现代设计艺术；兔子王

Abstract



Shandong Province is endowed with time-honored history and colorful culture, as well as distinctive folk art, which is nurtured by the wisdom of the toiling masses. People living in Shandong intelligently create the folk clay sculpture with vivid characteristics and strong cultural qualities, which is precious cultural heritage of the mankind. However, with the rapid development of Chinese economy, a series of changes can be seen in social structure, life style and aesthetic standards of the masses. As a result, the folk clay sculpture is generally deprived of the soil on which it relies to survive, facing a string of risks to development. It is the general trend of modern art to carry forward and transmit national culture as well as to promote the application and combination in modern design. In addition, it is imperative to combine the folk clay sculpture with modern design art, reconsider the relationship from the view of modern aesthetics and consumption, and create in a way of modern design.

At first, this paper argues the profile, distribution and features of the folk clay sculpture in Shandong Province, analyzes the current situation of it, and elaborates on how the modern environment influences it. Then on the basis of theoretical support, the paper polishes the image of Shandong folk clay sculpture as a brand. The first part of this paper is the basic theories of Shandong folk clay sculpture; the second part is the introduction of Shandong folk clay sculpture in modern environment and the transformation of identity; the third part is the way to innovate Shandong folk clay sculpture; the fourth part is the innovative design of Shandong folk clay sculpture with specific cases and the expectation of its development in the future.

Key words: folk clay sculpture; modern design art; Rabbit King

目录

引言	1
第一章 山东民间泥塑综述	2
1.1 何为民间泥塑	2
1.2 山东民间泥塑的起源和发展	2
1.3 山东民间泥塑的分布和特点	3
1.3.1 苍山小郭泥塑	3
1.3.2 莱州泥塑	4
1.3.3 临沂褚庄泥塑	4
1.3.4 高密聂家庄泥塑	4
1.3.5 惠民河南张泥塑	5
1.3.6 济南泥塑“兔子王”	5
第二章 山东民间泥塑与现代设计艺术	6
2.1 我国现代设计艺术的发展	6
2.2 山东民间泥塑与现代设计艺术结合的必然	6
2.2.1 山东民间泥塑的现代传承需要	7
2.2.2 现代设计艺术的民族化追求	8
2.3 山东民间泥塑在现代设计艺术中的转变	8
2.3.1 从实用与审美的统一向纯审美的转变	9
2.3.2 生产模式和营销模式的转变	9
第三章 山东民间泥塑在现代设计艺术中的创新研究	11
3.1 山东民间泥塑发展的优势	11
3.1.1 山东民间泥塑独特的文化价值	11
3.1.2 山东民间泥塑强大的创造性	11
3.1.3 山东民间泥塑返璞归真的诉求	12
3.2 山东民间泥塑采用的创新设计方法	12
3.2.1 设计元素的提炼和再应用	13

3.2.3 借鉴流行玩具的设计方式	15
3.3 市场运作的创新	16
3.3.1 打造民间玩具品牌及品牌形象	16
3.3.2 品牌形象设计与山东民间泥塑	18
第四章 山东民间泥塑在现代设计艺术中的创意开发——以济南“兔子王”为例	22
4.1 济南民间泥塑——“兔子王”	22
4.2 形象的创新	22
4.3 包装设计	22
4.4 衍生品开发	23
结论	24
参考文献	25
攻读学位期间的研究成果	26
致谢	29
学位论文独创性声明、学位论文知识产权权属声明	26

引言

具现存的文献记载，早在战国时期，我们国家就已经流传了一个关于“土偶与桃梗相语”的故事。我国历史中关于民间泥塑最早的文献记录就是《后汉书·王符传》中撰写的“或做泥车瓦狗诸戏弄之具，以巧诈小儿”。民间泥塑往往与其所存在地域中的文化有着非常密切的关系，体现出该地的风土人情、文化传统等等各方面的特性，同时还是我们国家民间美术一个相当重要的门类。

我国民间泥塑按照地域主要划分成南派和北派。位于黄河中下游区域的民间泥塑代表北派，位于长江流域的民间泥塑代表南派。其中北派民间泥塑的关键组成是位于山东省的泥塑艺术，山东民间泥塑传达和传承了丰富、感人、独特的文化和人文特色。同时它也具有风趣、质朴、生动等视觉风格，使得山东民间泥塑具有重要的文化价值。在山东的土地上，民间泥塑融合了灿烂、古老的齐鲁文化，是齐鲁文明重要的文化活化石。山东境内拥有大量的泥塑原产地，而且都各具特色。本篇文章的研究对象就是：山东民间泥塑，它是民间美术的一个分支。

关于民间美术如何与现代设计艺术相融合一直是人们关注的焦点，也出现了很多优秀的设计作品。但是，进一步细化到山东民间泥塑艺术的传承和创意开发上却寥寥无几，也没有形成一个完整的理论体系和实际成果展示。近几年，国家开始重视民间文化的传承和发展，但是由于种种原因，泥塑艺术的发展还是缺少足够的支持和关注。因此，将山东民间泥塑作为研究对象，具有十分重要的建设意义。本文在通过分析山东民间泥塑的概况、分布、特点、生存现状，详细阐述了现代环境对山东民间泥塑的影响并对山东民间泥塑进行创意开发设计。在传承民间泥塑浓郁文化内涵的基础上再将现代设计的理念融入，所有创新的目的是为了让更多人更好地、更全面地了解山东民间泥塑的艺术价值，从而对传统文化进行保护和传承。

第一章 山东民间泥塑综述

1.1 何为民间泥塑

当人类文明不断地向前发展，人类社会出现了不同的阶层，人类的职能划分也更加细致，出现了不同的艺术概念，比如：存在于宫廷的美术、流传于文人士大夫之中的美术、关于宗教的美术以及民间美术等。从艺术创作的视角看，“民间美术”的创造者指的是处于社会基层的普通老百姓。从艺术接受的视角看，“民间美术”的接受者同样是老百姓，创造民间美术的目的是满足老百姓在日常生活中的各种需求，并不是为了统治阶级而存在的。民间美术拥有非常明显的民族特性、群体特性、区域特性、继承特性等。中国的民间美术在中国的所有民族文化当中是受外界文化侵蚀最少的部分。因此，我们国家的民间美术在中华民族的传统文化当中拥有相当重要的地位。

泥塑艺术是民间美术中非常重要的一个分类，它具有悠久的历史 and 广泛的分布。泥塑艺术打开了人类关于艺术创造大门的同时挖掘了人类关于艺术的创造才能。民间艺术的创造者只需要利用自然的、低价的原材料就可以做出巧夺天工的艺术品，虽然这些艺术品的体型较小，但是它们却拥有丰富的内涵以及逼真的表情，民间泥塑的发展和传承跨越了数千年的历史。

1.2 山东民间泥塑的起源和发展

山东民间泥塑艺术起源于新石器时期。其遗迹主要分布于黄河流域，尤其是山东境内的文化遗址中。比如，发现于潍坊市姚官庄的陶塑人头、发现于泰安市大汶口的陶猪等等。

春秋战国时期，手工业技术得到了明显的发展，同时伴随着工商业的兴起，对生活娱乐的需求也得到了提高。根据《战国策》的记录，展现了当时齐国的都城（现在的山东淄博）关于娱乐的繁荣景象。太平安乐的社会环境以及先进的手工业都加快了民间泥塑的发展、创新。

根据王符编写的《潜夫论·浮侈篇》可知，“或作泥车、瓦狗、马骑、倡俳，诸戏弄小儿之具以巧诈。”已经展现出汉朝时期就开始流行泥塑。发现于山东省费县、青州等地区的大量东汉时期的古玩就说明在当时的泥塑艺术就具有很高的水平。

在我国的南北宋时期，民间泥塑艺术达到了一个全面兴盛的水平，有人专门进行制作泥塑、销售泥塑的工作。山东省的淄博市就是当时北部地区有名的泥塑生产地。此种情形就如周密所编写的《武林旧事》中所提到的：“若夫儿戏之物，名件甚

多,尤不可悉数”,正是由于泥塑玩具的盛行对行业提出了组织要求。相关情形在《梦粱录》中有所提到,由此可见民间泥塑产地的形成和交易因素的提高有着一定的联系。

明代和清代的经济、文化都得到了快速的发展,因此,泥塑艺术也同样步入了一个快速发展的时期,泥塑的生产在全国大部分的农耕地域有所普及。泥塑的生产布局、样式种类以及生产技术都得到了完善,潍坊的高密是当时非常有名的泥塑产地。

在经历了鸦片战争的摧残后,山东境内的民间泥塑就出现了衰退的景象。除工业革命对泥塑的打击外,日本的侵略战争以及后来的文化大革命都对山东民间泥塑造成了相当大程度的破坏,最终导致了泥塑艺术的没落。在二十世纪中期,山东境内的高密市、苍山等是遗留不多的泥塑产地,生产的泥塑成品大都体现了浓厚的乡土风情。二十世纪后期,山东的民间泥塑艺术才慢慢地呈现出复苏的态势。

1.3 山东民间泥塑的分布和特点

我国民间泥塑按照地域主要划分成南派和北派。位于黄河中下游区域的民间泥塑代表北派,位于长江流域的民间泥塑代表南派。其中北派民间泥塑的关键组成是位于山东省的泥塑艺术,山东民间泥塑传达和传承了丰富、感人、独特的文化和人文特色。同时它也具有风趣、质朴、生动等视觉风格,使得山东民间泥塑具有不同凡响的文化价值。在山东的土地上,民间泥塑融合了灿烂、古老的齐鲁文化,是齐鲁文明重要的文化活化石。山东境内拥有大量的泥塑原产地,而且都各具特色。

1.3.1 苍山小郭泥塑

位于临沂地区的苍山县生产的泥塑主要代表作品是戏剧人物,人物的造型主要呈直立状,高度为 18cm 左右,是利用模具制成且内部为空心,利用白粉做基础颜色,利用小笔完成泥塑的上色工作,小郭泥塑极少会出现大块的同色块。此种制作泥塑的方式是非常少见的。利用此种方法制作的泥塑,呈现出一种挥洒自如的意境而且有比较强烈的随意性。在素胎的基础上首先画出墨线、纹络等关键构架,然后再上色,即使上色不够协调也不会破坏总体的



图 1.1

形象。所以使得苍山小郭泥塑具有多彩的动感性，从而能够很好地表现出戏剧人物的风采。(图 1.1)

1.3.2 莱州泥塑

莱州隶属烟台市，拥有非常悠久的民间工艺品制作历史，这里曾经主要生产江米人、剪纸及利用麦秸制作草帽辫。在莱州有句著名民谣：孩子孩子你别哭，你爹去了莱州府，前面扛着江米人儿，后面背着皮老虎。其中皮老虎就是一种泥塑玩具。

亦动亦响、朴实大方是莱州泥塑的关键特征，其色彩、造型都不做太多的粉饰，而且莱州泥塑的内部属于实心，因此比较结实、坚固、不易损坏。

1.3.3 临沂褚庄泥塑

褚庄位于临沂市，生产各式各样泥质的人物、鸟兽、动物以及各种哨子等。虽然褚庄泥塑中的鸟类和鸡类的整体造型不是很精致，但是却拥有多变的装饰图样。比如相同形状的鸟就可以利用十几种的花样或者纹络来进行装饰。褚庄泥塑利用红土作为其底色，待晾干后进行上色工作。装饰图样都是小型的色块，它的整体色调就是暗红色系，具有较为明显的特征。

1.3.4 高密聂家庄泥塑

高密属潍坊市，东、西聂家庄以及高家庄是主要的泥塑生产地，因为制作泥塑的艺人大多是聂姓，因此高密泥塑又唤作：聂家庄泥人。

这里的泥塑历史是从明代开始的。在明朝的隆庆时期，这里的人们就开始制作一种叫做“锅子花”的泥质焰火，这种焰火最初只是用作燃放欣赏，因此并没有加以装饰。随着人们需求的提高，把泥焰火制成各种形状的娃娃，燃放过后当成孩童的玩具或者是装饰品。再后来到了清朝的康熙时期，泥焰火逐渐演变成各式的泥塑玩具，同时利用多种颜色进行装饰，最后在集市上销售，这就是一开始的聂家庄泥塑。待到乾隆年间，聂家庄泥塑受到各种年画的



图 1. 2

影响，其外形就更加丰富多彩。聂家庄泥塑发展到清朝嘉庆时期，已经到了鼎盛阶段，能够制作出各种可以发声的泥塑，不仅仅局限于静止的状态。使得聂家庄泥塑不光是孩童的玩具，上升到具有观赏价值的陈设工艺品，很大程度上提高了其自身的价值。高密泥塑完整的表现出了胶东地区的装饰特征，以色块作为装饰，以晕染的手法进行处理，追求色彩的搭配。（图 1.2）（图 1.3）



图 1.3

1.3.5 惠民河南张泥塑

惠民位于滨州市，据传河南张的先人在明朝初期从河北迁至此地，也是在此时张氏才开始制作泥塑玩具的。

河南张泥塑的特色是注重整体造型，忽略了对细部结构的处理。泥塑娃娃的手脚、身躯都比较概念化，并没有被单独的塑造。用色泼辣大胆，绿色较多，具有强烈的色彩对比，同时不注重笔触的细腻，画线粗犷。（图 1.4）



图 1.4

1.3.6 济南泥塑“兔子王”

冻口的黄河胶泥是济南泥塑“兔子王”的主要原料，将棉花或者毛头纸混合于胶泥中，注入水将其摔熟，利用模具做出泥胚，当其还未晾干时，在泥胚上装饰各种造型，待晾干后刷上白粉，最后再对其进行绘画和上色。可以在颜料当中添入一定量的蛋清以使其色彩明亮。绘制过程中“开脸”最为重要，即对泥塑面部的绘制，这个步骤将决定泥塑是否会栩栩如生。

“兔子王”的头部是参考兔子头部，但是它的身体却还是模仿人的躯体，因为头部和耳朵是用弹簧连接的，所以可以随意的摇动。“兔子王”通常装扮为戏剧人物，手握各种道具，呈现不同的姿势或者骑着各式的奇兽，形态生动活泼。（图 1.5）

“兔子王”的体积不同，造型众多，拥有多个品种和很多的样式。按其体型可划分为：头王（80cm）、二王（50cm）、三王（30cm）、四王（20cm）。头王的造型是：穿盔甲、带头盔、插背旗，威风凛凛。头王又分为：站式和骑式。将老虎设计成“兔子王”的坐骑，因为在道教中，通常将龙、老虎或者鹿当成神仙或者巫师上天入地的工具，因此“兔子王”骑着老虎进出月宫就不是奇事了。同时，在民间老虎被看做是大王，那么“兔子王”可以骑着老虎自然也就是王中王了。与此同时，“兔子王”还被赋予了更多的造型和样式，其中“兔子山”是最具代表性的，在山中设计了不同动物和植物，同时它们可以被牵动，非常生动。



图 1.5

第二章 山东民间泥塑与现代设计艺术

2.1 我国现代设计艺术的发展

“五四”运动之后,关于现代设计的概念才逐渐进入我国,但是在当时被称作“工艺装潢”,沿用了长达 50 年。一直到 20 世纪末,国外现代设计以及后现代设计快速地进入我国,同时伴随工业化进程的加快,我们国家的艺术设计才逐渐跳出了工艺美术和工艺装潢的狭窄思维,转入了现代设计的范畴。伴随着我国改革开放的逐步深入,设计艺术也迅速成为了一个重要产业,它的价值获得了认可。当今社会,各行各业都离不开设计,设计的概念已经深深的渗透到了建筑、工业、广告、动画等行业中。现代设计艺术展现给我们的是一个与众不同的世界,它已经成为中国当代社会不可或缺的部分。

与此同时,我们不得不承认我们国家现代设计的迅猛进步与外国设计的进入是紧密联系的。在改革开放的初级阶段,西方设计理念猛烈的涌入,给我们国家的传统工艺美术造成了重大冲击,我国关于艺术设计的教育系统被以德国为代表的世界设计艺术思想所统治。现代设计艺术的根基变成了:功能主义、平面和立体构成主义等。虽然我们国家的现代设计艺术发展势头非常强劲,可是也逐渐地展现出了它的不完善性,中国关于现代设计的理念几乎都是照搬他国的模式。由于我们国家的现代设计发展还处在初期,因此并未形成具有中国特色的设计理念,如何找到我国现代设计艺术的发展方向成为日前重要的一个课题。

2.2 山东民间泥塑与现代设计艺术结合的必然

2.2.1 山东民间泥塑的现代传承需要

(1) 山东民间泥塑生存环境堪忧

在封建社会,泥塑既可以用来装饰房屋,同时它又是非常重要的生活用具,因此,在山东民间泥塑具有非常重要的存在价值。但是,随着科技的发展,社会进入到工业时期,产生了全新的生产技术以及价值观。封建社会经济体制的瓦解,人们生活方式的变化,逐渐放弃了手工的生产方式。山东的经济相对比较发达,科学技术和经济的发展较快,人们的生活水平得到了很大的提高和改善。传统的农村面貌早已消失不见,很多青年人都到城里打工,他们对传统的民间艺术不再感兴趣。同时民间艺人中的一部分为了生存放弃了民间艺术的创作,只剩下小部分的民间艺人

还在坚守,上述各种原因最终导致山东民间泥塑的没落。比如以前济南流行的风俗是在中秋节的时候,赏月亮、品月饼,然后每家每户还要供奉着“兔子王”,特别是在晚上的时候,大街小巷的道路两旁都是非常讲究的卖“兔子王”的摊位,热闹非凡。可是现在的中秋节虽然济南人仍然赏月以及品尝各式各样的月饼,但是“兔子王”却是极少见到。供奉“兔子王”的风俗、关于“兔子王”的民间传说也逐渐消失。因此山东民间泥塑艺术的传承和发展存在着很大的危机,急需拯救。

(2) 现代玩具对民间泥塑的冲击

封建时期的自然经济是孕育、发展以及传承山东民间泥塑的最好土壤。如今民间泥塑的原始特色在社会背景以及人文环境的改变下已经渐渐消失,原始的实用性功能已经被逐渐的削弱。在当今的社会,人们几乎不再使用泥塑来对各种纪念事件及历史人物进行祭奠和怀念。民间泥塑因为自身可供娱乐的特性,对于现在的人们来说,仅仅是被赋予了吉祥、祈福寓意的玩具。

现代玩具的主要特征是:造型新颖漂亮、艺术风格多样化、操作简单易行、互动方便灵敏等等,这些特性能够满足各层次人们的不同需求,深受人们的喜爱。向人们尤其是儿童展示了一个非常精彩、有趣、梦幻的世界。因此在现代玩具的冲击下,传统泥塑玩具已经慢慢的淡出了人们的视野。

2.2.2 现代设计艺术的民族化追求

当代的设计艺术在我们国家的发展相对比较晚,我国的经济和科学技术因为现代设计艺术也得到了一定的推动,可它却是彻底的西化式装扮。功能性、构成性以及观赏性是现代设计艺术的追求目标,这些特性极大的改变了我们的视觉欣赏和艺术观念。但是除了上面的特性,现代设计艺术同时让我们感受到的是它过度理性化和浓郁的商业性。我们所需要的是亲切的人文情怀以及充分的个性化,与此同时又希望得到精神层面上的享受。现在所需要深入研究的一个课题就是,怎样建立一个跟世界文化能够相互影响、促进的现代设计艺术,然后还能够保持自身的民族特色。在我看来,这个问题的答案可以从我们自己的民族文化中去探索和挖掘。

对于艺术家来说山东的民间泥塑是个非常值得挖掘的大型宝藏,能带给我们所需的民族情感,同时我们还可以从它身上获取正逐渐远离我们的人文思想。虽然它与现代设计艺术分属于不同的领域,可是它们同样是在用简洁、概括、大方的表现手法以及追求表现真挚、率真的情感,在这些方面它们的交流将会更加容易,为山东民间泥塑艺术和现代设计艺术的结合打开了局面。

2.3 山东民间泥塑在现代设计艺术中的转变

山东民间泥塑属于原生态的存在于民间的传统艺术,经过长时间的传承、发展已经逐渐变成娱乐人们的玩具,甚至是变成了艺术的载体并渗透到日常生活中。前文剖析了民间泥塑生存背景的演变,同时在这个演变过程中,其具有的特色也发生了变化。

2.3.1 从实用与审美的统一向纯审美的转变

将实用性和观赏性结合起来一直是山东民间泥塑艺术所追求的价值体系。在传统的工艺中质朴又充满活力的观赏性是农耕社会手工艺人的本色流露,并没有特意的追求艺术性。民间泥塑所蕴含的独特审美意境和内涵是依据现在的审美眼光而得到的。非常著名的河南张泥人曾经有个含义是:拴娃娃,在过去新娘子刚进婆家门的时候会在庙会上“拴”一个娃娃然后带回家里,寓意是祈求早生贵子,香火兴旺。随着时代的发展,拴娃娃的美好寓意和寄托已经慢慢的消失了,它的实用性也就慢慢地淡出了人们的生活。当今社会,科学技术正在通过各种方式改变着现在人们的生活方式。新的科学技术在设计艺术中的运用也进入了一个全新的时期,它已经不仅仅在视觉和听觉上给我们带来享受,多媒体技术的使用让人们愈加感受到科学技术带来的美好娱乐体验。因为有了这些特定的环境,所以民间泥塑本身传承的实用性和观赏性的统一价值体系逐渐出现了瓦解的势头。民间泥塑的主要消费者慢慢地从儿童转变为成年人,同时民间泥塑的功能也由玩具转变为欣赏,从而最终成了工艺品。例如,聂家庄泥塑中的叫虎、叫狮、叫鸡等等在一开始都只是儿童的玩具,随着社会的发展,它的功能性也逐渐发生了改变,变成了装饰品。因此身份也发生了改变,在造型、体型和颜色上都进行了改进,它的欣赏性得到了极大的强化,重点展示了它的欣赏性特征。

2.3.2 生产模式和营销模式的转变

山东民间泥塑自身的特色和属性发生转变致使消费群体也发生一定程度的改变。因此,以前仅利用庙会来销售民间泥塑的方式以及过时的经营理念已阻碍了市场的扩大,应寻求新的生产销售模式。例如老济南的“兔子王”,正在走向一条由祭祀品向旅游纪念品转变的道路,逐渐转变成代表济南文化的商业产品。这种转变不仅仅体现在“兔子王”的外型跟内容上,同时也体现在了生产环节当中,它由原来封闭的生产空间变成了现在一种开放的、表演性质的展示。在整个变化历程中,很多关系产生了变化:第一,老济南“兔子王”消费主体的改变,由以前当地居民变成了如今的旅游客人;第二,“兔子王”功能性的改变,以前它的功能是实用性,但是它现在变成了具有娱乐、欣赏、纪念等作用的旅游纪念品,它原来的需求者和基

本属性都发生了根本性的变化。它彻底摒弃了原来的经营方式和经营网络，曾经的销售体系在当前的市场模式下已经显得格格不入。济南民间艺人——杨峰为了解决老济南“兔子王”适应新时代的需求的问题，将工作室放到了芙蓉街（济南著名的小吃街）（图 2.1），将生产车间做成了功能全面的大作坊，在这里可以制作、经营、展示“兔子王”，使得游客可以观看“兔子王”完整的生产过程，同时也可以购买产品。杨峰这种全新的经营方式，代表着山东的民间传统泥塑正做着崭新的、开放性的尝试和探索，正逐渐转变成具有自身特色的旅游纪念品。与此同时，这种尝试也为其他现存的民间工艺品的转变和发展提供了宝贵的经验。



图 2.1

第三章 山东民间泥塑在现代设计艺术中的创新研究

3.1 山东民间泥塑发展的优势

3.1.1 山东民间泥塑独特的文化价值

齐鲁大地上长时间沉淀下来的风俗民情以及所拥有的特色文化都在山东民间泥塑中得到了充分体现,它以质朴的形态传达了齐鲁百姓对生活的热情和向往,以及对大自然的憧憬和希冀,并利用它独有的内涵诠释了当时那个时期的艺术特色。民间泥塑的外表既不做作也不奢华,它拥有自然大方的造型,同时完整的坚持了艺术本身的特色。尽管它出身不够高贵,但是它却具有最开始的乐趣。虽然外表看起来不够精致,但它融合了先人集体的智慧和劳动,在欣赏的过程中使人们感受到我国传统文化的意蕴。

因此,在对山东民间泥塑进行改革和创新时,必须充分考虑人文情怀并将现代人的审美观融合到其中,同时运用现代的设计思想将山东民间泥塑以全新的方式装饰包装,以使它能够更加贴合当代的生活。

3.1.2 山东民间泥塑强大的创造性

山东民间泥塑拥有质朴和纯真特质的同时也充满了蓬勃的朝气。齐鲁大地的风俗民情构成了山东泥塑的内涵,泥塑的热情、率真、奔放等风格都是通过其自身丰满的造型以及缤纷的色彩传达出来的,散发着浓郁的朝气和乡土的气息。山东泥塑的身上蕴含了人民对美好生活的追求和向往,以及对大自然真挚的情感。

首先,山东民间泥塑的选题范围很大。比如,苍山的小郭泥塑就选取了戏曲、神话、传说等作为题材,故事包括:西游记、杨家将、白蛇传、梁祝等等戏剧和传说。因为选题范围大,因此涉及到很多造型,比如古代仕女、泥娃娃、动物等,其中泥娃娃的造型有:髻型、抱鸡型、抱鱼型、发声型等等;动物的造型包含了野兽和家禽等;同时有的泥塑将人物同动物融合在一个整体造型中,比如:人骑着马、武松打老虎、神兽送子等等。根据题材创作出的每个造型都十分的逼真、生动和传神,让观者赞不绝口。

其次,山东民间泥塑勇于创新 and 改革,在外形上不会受制于原型的束缚,重视传神的效果,追求给人一种虽然笨拙却不愚蠢、质朴中呈现典雅的享受。创作者擅长从平常的事物中抓取最具代表性、最能打动人心特质,从而对其进行创作和设

计,最终使得作品能够具有浓烈的感染力。比如,高密聂家庄泥老虎(图 3.1),创作者设计之初,既突出老虎的野兽特征,同时又考虑到是儿童玩具,因此泥老虎的设计必须兼具威武又不能对儿童带来恐惧。在聂家庄的泥塑中,创作者夸张了老虎的头部特征,利用高扬的虎头、突出的虎眼、宽大的胸膛和健壮的四肢来突出老虎的威风和强壮,但是又不会缺少活泼、有趣的娱乐性。与此同时,创作者在泥老虎中间入苇哨,使得老虎可以发出声音,更加的丰富和完善了泥老虎的形象。

最后,在色彩的搭配和运用上热情而又内敛、明快而又质朴、浓烈而又雅致是山东民间泥塑彩色运用的基本特征。在整体色彩的运用上,追求艳丽的色彩感的同时又注重展现了厚重、淳朴的地方特色。以聂家庄的泥塑为代表。它是在白底的基础上进行彩绘,展示出一种简洁和明快的氛围,同时创作者参考当地年画的制作方法,达到一种自然晕化的结果,在白嫩外表和光滑触感的同时给人以洒脱、舒适的观感。泥狮和泥虎拥有亮丽而庄重的色彩,运用深紫色和桃红色的功力非常精彩,在桃红色的燃料中加水,达到了一种渐变的褪晕效果。



图 3.1

3.1.3 山东民间泥塑返璞归真的诉求

科学技术发展越来越先进,现代化水平越来越高,人们生活越来越舒适,但是伴随产生的问题是生活的单调。先进的科技导致了人文情怀的缺失,同时给人们带来了关于人生的困惑,人类更加怀念传统的生活节奏和生存方式。人们急切地想要返璞归真,尝试和体验与现代生活截然不同的生活,重新找寻一种愉快、轻松的生存方式。山东民间泥塑的艺术特色以及它的创作过程都充分地展示了亲切的人情味和质朴的人文特色,它所散发出来的真情实感就是当今社会所需要的,能够带给人们心灵上的安慰。

3.2 山东民间泥塑采用的创新设计方法

山东民间泥塑所使用的创新设计方法是在传承泥塑浓郁文化内涵的基础上,再将现代设计的理念融入、整合到一起,然后撇弃糟粕留下精髓。对民间泥塑进行创新设计的方法包括:把民间泥塑初始的造型加入到现在全新的销售模式中;或者是将原本的造型进行改造以满足当今的欣赏水平;或者是利用当今社会上与时俱进的

题材进行艺术创作。虽然进行创新的方法和方式特别多,但是所有创新的目的是为了让人更好地、更全面地了解山东传统泥塑的艺术价值,从而对传统文化进行保护和传承。

3.2.1 设计元素的提炼和再应用

剖析和总结山东民间泥塑,将需要完善的方面挖掘出来,对其进行修改和创新,创新和再造的前提是传承和转变。创新的一种就是提炼法,剖析现存泥塑的造型和设计方法,然后与当代艺术的设计方法相比较,从而对原有方法进行改良,最终获取全新的设计概念。表 3-1 给出的是山东民间泥塑玩具与现代玩具的对比。

表 3-1 山东民间泥塑的特征与现代玩具的对比

区别因素	山东民间泥塑	现代玩具
造型	大胆概括,生动传神;手工捏制,质朴但相对粗糙;浓厚的人文气息和民间特色	造型抽象、新颖漂亮;现代工艺生产,时尚精美;具有较强的设计感
色彩	纯度较高,对比强烈,用色大胆热烈	注重色彩的象征性和现代设计的审美思想
图案	多具有吉祥如意或象征性,体现深刻的文化含义	多为体现现代气息和潮流时尚的图案,具有强烈的个性
材料	就地取材成本低,方便环保但原料比较单调且不易携带保存	多用塑料、布、毛绒等材料,轻巧便捷,对环境有一定的破坏
功能	宗教活动和节令时使用,或作为儿童娱乐的玩具,有一定的实用性。	儿童和成人共同的玩具,很多具有收藏价值
互动性	大多一体成型,不可以局部活动	多为组装,各部分可以活动,操作简单易行、互动方便灵敏
营销模式	多为自产自销,没有品牌;依托庙会或旅游节日销售	注重品牌的建立,并结合多种营销手段,大批量销售

对于山东民间泥塑的创新开发就是摒弃糟粕吸取精髓的过程,继承和发扬传统文化中具有民族特色和文化内涵的精华,改善和撇弃阻碍其发展和传承的弊端,将

当代设计理念融入其中并进行创新。

3.2.2 同构法

对比两个事物或者角色，发现他们之间的联系，将当中一个事物的特质转加到所需的事物上称为同构法。前文提到的提炼法是追求本身的改进，然而同构法实现的是将山东民间泥塑与现代设计艺术的优势进行有机结合。必须强调的是同构法不是肤浅、生硬、无规律的剪贴和拼凑，注重的是两者之间的内涵关联以及表达的人文情怀，要结合作品本身表达的艺术效果去设计。

山东民间泥塑中关于耕种劳作的选题在当今不再流行，古代的图腾文化及神话故事正慢慢消失，取而代之的是当代流行文化。利用同构法，就可以将传统民间泥塑中值得传承的地方与当代艺术相融合，这样既可以传播传统泥塑的发光点同时又是创新、继承、发扬山东泥塑的切入点。如图 3.2 所示，《VOGUE》举行创刊十年庆典的时候，现场的主角不再是靓丽的超级名模们，反而是设计大师们精心创作的三十一个趣味俄罗斯玩偶：许愿娃娃。设计师们将俄罗斯的传统套娃和现代设计理念相融合，使传统艺术跟前沿潮流融为一体，最终赢得了当今社会的认可和喜爱。



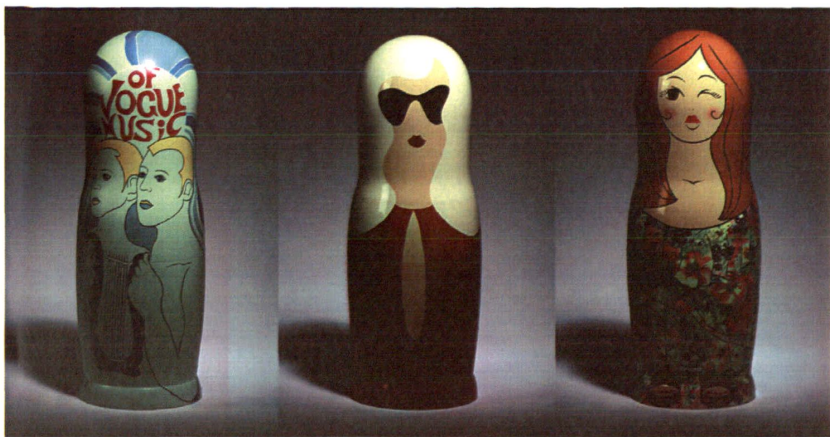


图 3.2

3.2.3 借鉴流行玩具的设计方式

同现在流行玩具进行比较，民间泥塑存在不可忽视的弱点。其弱点主要体现在粗糙的外形上，与当今的审美观背道而驰。而民间泥塑的特征就是浓厚的乡土风情，深厚的文化底蕴。因此，参考和借鉴流行玩具的设计方式可以促进山东民间泥塑创新发展。

(1) 卡通形象故事

山东民间泥塑可供选择的题材类型很多，包括：神话故事、传说故事以及丰富的民间风俗文化。因此，它拥有较强的叙述性，泥塑背后蕴含的故事情节有时更有吸引力，更容易引起消费者的关注。卡通的类型包括：读物类、影视类、生活类，不管是哪种卡通，它都是连接人与人、动物、自然交流的情感媒介。现在的人们都注重个性和情趣，卡通玩具给孩子和大人带来很多乐趣，同时引导人们追求纯真、善良等。因为卡通的情节奇幻、想象丰富，能够吸引孩子和大人的注意力，因此消费者的范围很广泛。再辅助以先进的经营模式，从而使得卡通相关产业拥有良好的销售市场。

(2) 平台玩具

平台玩具的英文名字是 Platform Toy，也可翻译为：画布玩具。其名字来源于乐高玩具——积木人的玩家，他们在积木人的上面进行各种设计和描画，并且组织在一起进行艺术创作，促进了平台玩具经营模式的出现。在纯白的玩具上进行各种各样关于创作主题、色彩等的设计就是所谓的平台玩具，与在洁白画布上绘画相似。在玩具上体现出自己的创意与理念，可以进行随心所欲的创作。平台玩具在当代玩

具中是非常流行的，它可以引起消费者对玩具的注意力和兴致，引导人们发散想象力，进行随意的装饰。相比于平台玩具，山东民间泥塑可以参考它的创作模式，吸引更多的消费者参加到泥塑的生产中，在已完成的泥塑胚胎上消费者可以根据自己的喜好进行随意的描绘。通过这种方式既可以搭起传统民间艺术与现代设计间的纽带，也会成为人们喜爱的娱乐活动。

(3) 与新材料相结合

根据上文的对比和剖析可得，山东民间泥塑的原料单调、制作方法落后，最终导致了它在当今激烈的竞争中没有了优势。尽管原来的手工模式能够较好地保留住原始的技术性并有着质朴的风格，然而它同时也妨碍了民间泥塑进入现代社会和生活中。传统民间泥塑实现创新的关键手段之一就是结合最新、最流行的原材料和技术，因为运用了能够伸缩、转换、再利用的新原料，让传统民间泥塑的造型和外观都变得更加的精致和漂亮，同时也贴合了现代人的审美眼光。不管从外形或内部性能的创作上，都能更好的实现人与玩具的互动性，使得玩具更具娱乐性与亲和力。

3.3 市场运作的创新

通过前面文章的描述，可得到山东民间泥塑的特质及导致它在当今社会处于劣势的原因。如果想走出现在所处的低谷，在创新技术的前提下，还需创建具有特色的品牌形象。造成民间泥塑市场不景气的关键原因是，对品牌效应缺乏了解，没有自己的品牌就很难形成强势的竞争力。所以，在对山东民间泥塑进行重新定位、设计的时候，要着重创建和树立合适的品牌，打破民间泥塑曾经给消费者留下的不精致、低价、不实用的印象。最后制定相应的销售模式、经营理念以及广告效应来达到整体品牌效应。

3.3.1 打造民间玩具品牌及品牌形象

(1) 品牌

美国的学者菲利普·科特勒定义了品牌的概念：品牌是对名字、专业术语、特定符号进行设计或者是将它们组合在一起进行推广，目的就是在激烈的竞争中能够突出自己的产品或者服务。而伴着社会、经济、文化的发展，品牌不再单纯的代表符号或者图形，同时也是产品和服务价值的全面体现。在如今市场经济的体制下，核心就是品牌经济，品牌是公司无形的价值，是核心竞争力的有力体现。

将品牌的功能总结出来有以下几点：第一，品牌代表企业核心价值。品牌的创建是为了让消费者了解并喜欢所使用的品牌产品，从而使消费者能够反复购买此品牌最终形成购买习惯。第二，创建品牌之后可以区别于其他的商品。每个品牌都具

有独特的个性，因此可以让消费者体验到不同品牌的产品拥有不同的品质。第三，品牌可以保障品质与信用。所有的产品或者服务都希望能一直生存下去，因此，品牌的信用必须通过产品的高品质和完善的服务来维护。第四，品牌是赢得竞争的有力武器。品牌可以带给消费者安全感，是无形资产的载体，最终可以帮助企业拓展新市场。

（2）品牌形象

上世纪六十年代大卫·奥格威主张，品牌价值关键的内容就是品牌形象。树立良好的品牌形象可以维护消费者对该品牌的信任跟支持，进而确保该品牌的产品能够在激烈的竞争中保持领先。品牌形象的概念是：消费者对于品牌整体质量的认知以及对其留下的印象。

品牌形象对品牌产生的好处包括：第一，对品牌的定位以及与其他产品产生区别。品牌的定位可以使品牌在消费者心中占据一个与众不同的位置。定位不同就会拥有不同的消费者，从而设计生产相应的产品以匹配该消费群体。第二，消费者对于品牌的认知。换句话说，就是使消费者能够区分不同品牌的质量以及形象，同时也在区别的过程中消费者产生情感体验。拥有个性化与独特性的形象是品牌认知关键点，也是品牌形象传播的基础介质。第三，产生高额的附加值。品牌形象的创建目的之一就是为了获得高额的附加值。品牌设计中的属性之一是创造附加值，品牌的效益不局限于产品自身，而是情感、文化、信息、服务等多方的综合价值。一个成功的形象，不仅能帮助产品赢得竞争和较高的占有率，更深远的意义在于能帮助企业获得更高的品牌附加值。第四，能够将力量整合在一起。设计一个统一的经营理念 and 外观造型，使得企业信息可以更加广泛和快速的传播，最终强化在消费群体中的影响力。

（3）国外玩具品牌成功案例分析

在美国芭比娃娃是非常出名的玩具，同时她在全球范围内也拥有很高的知名度。身材完美、头发金黄、面貌清新，同时搭配了很多美丽的服饰，她一出现就获得了人们的喜爱。（图 3.3）芭比娃娃的形象是经过反复设计、总结、提炼后出现的，设计师们在概括了美丽、可爱的事物共同点后，设计出了芭比娃娃。与此同时，设计师也非常注重细节与生产工艺，因此造就了芭比娃娃的完美气质。然而设计师们同样明白一个道理，美丽的外貌是暂时的，要想芭比娃娃永葆青春，必须注入深刻的思想性与浓厚的文化。在上世纪中期，社会鼓励女性出去工作，因此芭比娃娃拥有了时尚的职业套装，



图 3.3

同时搭配了公文包；美国宇航员登月成功后，芭比娃娃随即出现了宇航员的形象；互联网的发展使芭比娃娃学会了收发 Email；为了促进各种族、各民族的团结，设计师们创造了不同种族、民族的芭比娃娃。芭比娃娃被设计成不同的系列、不同的辈分角色，拥有的收藏价值，甚至超过了它的欣赏价值。其中代表作是公主系列，另一个比较出名且另类的系列是可口可乐品牌系列。芭比娃娃的其他系列来自不同的领域，从大自然、演艺明星、著名时装设计师以及经典影片中获取灵感，都洋溢着浓郁的文化底蕴与时尚气息。

无止境地设计系列化的产品是芭比娃娃所遵循的创作路线。无数的发型、时装、饰品、配件是芭比娃娃变化无穷的关键，类似于在平台化的车间生产线下生产的个性商品，在共同点中又体现出了个性。在消费者中尤其是女性，形成了持续几十年不间断的收集芭比娃娃的潮流，与时装、奢侈品、明星等的流行一样。此外，芭比娃娃能够一直流行和被收藏的原因还包括：它的设计师们都向消费群体曝光，方便收藏者对设计师设计风格的了解，从而让收藏者们对喜欢的设计师产生一定信任与忠诚；频繁的举行各种芭比娃娃的展览会和拍卖会，同时在全球遍布了很多的组织机构，这些举措都将提高芭比品牌的知名度与文化内涵，使得芭比娃娃的收藏热潮经久不衰。复古而新潮、满足不同人群的欣赏品味、浓厚的文化内涵、强烈的时代特征、流行的时尚元素以及梦幻的想象力等等，都是芭比娃娃取得成功和认可的原因所在。

3.3.2 品牌形象设计与山东民间泥塑

当今社会生产与消费已经发展到了关于形象消费的时期。品牌形象发挥的作用已经愈来愈明显，因此山东民间泥塑急需一个优秀的品牌。另外山东的民间泥塑拥有浓郁的人文内涵以及突出的艺术特色，具备创建自身品牌的条件。

第一，必须改变民间泥塑的销售理念，树立山东民间泥塑的品牌意识。品牌形象决定着泥塑能否在竞争中取胜，能够获得消费者的信任感、成为企业的竞争方式。山东民间泥塑和品牌是相互作用的，利用品牌效应继承传统文化，同时历史文化又可以推动品牌的发展。创建山东民间泥塑品牌需要确立：品牌的定位、品牌的文化内涵、品牌的特色、品牌的推广及品牌的经营等。只要建成山东民间泥塑品牌，就可以在消费者面前展现规范统一的外形，同时有秩序地推广经营理念，这样就可以让消费者更加准确地认知山东民间泥塑。

第二，山东民间泥塑拥有创建自身品牌的有利条件。鲜明的文化特征，浓郁的人文气息，质朴的造型、吉祥的寓意都能让人产生情感上的共鸣。树立民间泥塑的品牌形象具有深远的意义：首先，可以保证山东民间泥塑的平稳发展。假使山东民间泥塑品牌的竞争风险和不稳定性可以得到有效地遏制，则山东泥塑就可以具有并

保持这种珍贵的稳定性。其次,创建山东传统民间泥塑的品牌形象可以推动民间泥塑更好更快地走向世界。外国友人非常喜欢山东的民间泥塑,优秀的泥塑品牌就是一门高效的沟通手段,可以成为山东民间泥塑提高全球市场占有率的强大武器。最后,优秀的泥塑品牌可以更好地发扬和继承山东泥塑的传统文化

综上所述,在树立山东民间泥塑的品牌形象时要遵循以下原则:第一,大众审美原则。商品的消费对象就是广大群众,因此树立品牌形象的目标是让大部分的消费者获取情感上的共鸣同时融合到消费者的日常生活中。山东的旅游业可以促进传统民间泥塑的发展,来山东游玩的各地游客拥有不同的人文背景,汇集了各种不同的文化。设计一种简单、易懂的品牌形象对于传统文化的传播是必要的,要利用现代设计的理念好方式,最终设计出迎合消费者审美观的品牌形象。第二,时代性原则。在当今社会中,传统民间泥塑的生存背景时时变化,各种最新工艺手段要及时地融合到山东民间泥塑中。创建山东民间泥塑品牌形象有利于提高泥塑自身的品质,同时使产品跟上时代的潮流。由于现在民俗艺术节的规模逐渐壮大,品牌形象的树立也要与时俱进,融合适应自己的流行元素,从而使得品牌能够适应当下的文化环境。第三,地域化原则。品牌设计所展现的不单纯是商品,更重要的是对自身文化的展现。例如,山东民间泥塑作为中原民俗文化的典型代表具有独特的地域文化特点,因此,在树立品牌形象时,必须注重地域特色的展现,它对品牌文化效应的提升以及品牌形象的传播具有推动作用。

第四章 山东民间泥塑在现代设计艺术中的创意开发——以 济南“兔子王”为例

4.1 济南民间泥塑——“兔子王”

济南旧俗，每逢八月十五家家户户要准备月饼、西瓜、“兔子王”祭月。这种兔面人身的泥塑在北京、天津地区同样流行。在北京被称作“兔儿爷”、天津被称为“兔二爷”、在济南地区人们把它叫做“兔子王”。

关于“兔子王”的由来有很多传说，济南地区的传说蕴含着独特的地域文化。相传古时有一年济南泉水被污染，人们纷纷染病。有一名叫任汉的少年在玉兔的帮助下趁着八月十五到广寒宫盗来药饼。回到人间后把药饼放入七十二名泉，人们喝了融入仙药的泉水，很快得以痊愈。善良的济南人民感其恩德，从此每逢八月十五供奉泥塑兔子神。后来人们根据传说将其进一步艺术化，兔面人身、形态各异的“兔子王”由此而来。

如今随着济南祭月风俗的消失，“兔子王”也逐渐淡出了人们的视线。“兔子王”作为济南地区重要的非物质文化遗产之一，应该被我们更好的传承和弘扬。因此我此次研究的重点就是在立足传统的基础上，运用现代的设计理念、创意方法创造出富有现代特色和民族韵味设计。使更多的人了解这种宝贵的文化资源。

4.2 形象的创新

如今济南的“兔子王”已不再是供奉用品，而是作为济南地方特色的手工艺品被人们收藏、观赏。因此在形象上符合现代审美要求的同时也要保持原有的民俗特色。传统的“兔子王”基本造型是兔面人身，白皮肤、红嘴巴、长耳朵、红眼睛。耳朵与头部用弹簧连接所以可以自由摆动。常打扮成头戴帽子，身穿红袍的戏剧人物形象。所以在对“兔子王”的创新设计中应尽量保持它的原有形象特点，在其基础上进行抽象、变形，使其形象更加现代、时尚。

另外，作为极具地域文化特色的手工艺品，创新设计也要注意传达出个性特点，要与其它地区的泥塑有所区别。如果将济南的地域特色，巧妙的融合到形象设计中去，将能加深其文化内涵，起到更好的传达效果。所以在设计时可以采用极具济南代表性的元素为设计元素以同构的方式对其进行再设计。

4.3 包装设计

目前济南地区很多工艺品本身做工精美、具有深厚的文化内涵，但是外包装却不容乐观。大多数包装做工粗糙、简陋，甚至出现无包装的现象。不仅毫无特色、缺乏文化内涵，也起不到很好的保护作用。在济南各大旅游景点，很多民间工艺品随意摆放在柜台上，游客购买后只能用塑料袋打包带走。一方面是厂家没有品牌意识，认为产品包装可有可无；另一方面是因为游客感觉包装没有特色、质量差，降低了工艺品的档次。

包装是对产品的保护、美化、宣传。精美的包装不仅可以吸引消费者的目光，引发购买欲望，也是提升商品价值的重要手段，商品的包装水平、档次和它所反映的文化内涵都将是对产品的一个侧面反映。

在“兔子王”的包装设计中可以沿用其形象设计的表现元素，通过系列化的产品包装塑造出一个个性鲜明的形象。通常消费者都会通过一个特殊图案对一个产品进行识别，而“兔子王”本身形象带有鲜明的艺术特色，以它作为主体形象配以具有济南地域特色的辅助图形用在产品包装上，会更受消费者欢迎。另外在包装设计时也应考虑安全因素，采用比较坚固的包装形式，在包装内放置塑料泡沫或填充纸方便外地游客完好的将其带走。

4.4 衍生品开发

“兔子王”的传播和发展除了泥塑产品的推广外还需要开发一系列的衍生产品，只有广泛渗透到人们的生活中去，才能得到更好的传播和普及。可以与济南主要的旅游景点合作，把创新后的“兔子王”形象与各景点进行结合创作出不同特色的旅游纪念品，如带有“兔子王”形象的明信片、纪念画册、旅游背包、玩偶等。与工艺品厂家联系，制作跟“兔子王”相关的装饰品。最后，与日用品生产厂商合作，将形象印在环保袋、水杯、服饰、雨伞等日常生活用品上，潜移默化的传播其文化内涵，促进形象的普及。

结论

事实上，关于民间美术如何与现代设计艺术相融合一直是人们关注的焦点，也出现了很多优秀的设计作品。但是，进一步细化到山东民间泥塑艺术的创意开发上却寥寥无几，也没有形成一个完整的理论体系和实际成果展示。近几年，国家开始重视民间文化的传承和发展，但是由于种种原因，泥塑艺术的发展还是缺少足够的支持和关注。因此，将山东民间泥塑作为研究对象，具有十分重要的建设意义。本文在通过分析山东民间泥塑的概况、分布、特点、生存现状，详细阐述了现代环境对山东民间泥塑的影响。在这些理论支撑的基础上，对山东民间泥塑进行创意开发设计。通过此课题的研究也希望能够让更多的人了解山东民间泥塑，投入到开发保护中来，使这一民间瑰宝得以流传和发扬。

参考文献

- 1 孔新苗. 齐鲁民间造型艺术. 济南: 山东画报出版社, 2005
- 2 刘思智, 程晓民, 李建军. 黄河三角洲民间美术研究. 济南: 齐鲁书社, 2003
- 3 于萌. 兔儿爷: 从兔神和儿童玩具到民间艺术品. 民俗研究, 2008 (4)
- 4 杨瑞. 设计的多样性与文化的多样性. 装饰, 2003 (05)
- 5 刘国余, 沈杰. 产品基础形态设计. 北京: 中国轻工业出版社, 2001
- 6 倪宝诚. 走进珍宝世界—另类童话: 玩具. 上海: 上海文艺出版社, 2002
- 7 王连海. 民间玩具图形. 长沙: 湖南美术出版社, 2000
- 8 叶明海. 品牌创新与品牌营销. 上海: 同济大学出版社, 2001
- 9 乔晓光. 活态文化: 中国非物质文化遗产初探. 太原: 山西人民出版社, 2004
- 10 李寸松, 张连瑞. 中国民间玩具. 太原: 希望出版社, 1992
- 11 山曼. 山东民间玩具. 济南: 济南出版社, 2003
- 12 (日) 川西美沙. 玩具国物语. 北京: 机械工业出版社, 2004
- 13 黄合水. 品牌建设精要. 厦门: 厦门大学出版社, 2004
- 14 范玉吉. 审美趣味的变迁. 北京: 北京大学出版社, 2006
- 15 孙建君. 中国民间美术教程. 天津: 天津人民出版社, 2005
- 16 李露露. 中国传统玩具与游戏. 北京: 世界图书出版公司, 2006

攻读学位期间的研究成果

一、 在学期间发表的论文

- 1、邵帅.《青岛大学中心校区导向系统分析》.大众文艺, 2012 (5)

二、在学期间的科研奖励

- 1、2011 年获第二届中韩现代平面广告海报设计大赛银奖
- 2、2012 年获青岛大学校园设计大赛三等奖
- 3、担任青岛大学会刊编辑部美术编辑, 出版杂志《青大研究生》
- 4、为朗格(青岛)外语培训中心做广告、网站设计并采用
- 5、为青岛数码动漫研究院做包装设计并采用

致谢

经过一年时间的努力，我的毕业论文顺利完成。首先，我要衷心地感谢我的导师宋晓雁老师，正是在宋老师一年来的悉心教导和耐心帮助下，我的论文才得以顺利完成。宋老师一丝不苟、认真严谨的治学风范和对学术的执着钻研精神深深地教育了我，为我在今后的人生道路上树立了学习的榜样。其次，我要感谢三年来各位领导和老师对我的教导和帮助，感谢学校为我提供了良好的学习环境。我将以这篇论文为起点，在今后的生活和学业上不断进取！

学位论文独创性声明

本人声明，所呈交的学位论文系本人在导师指导下独立完成的研究成果。文中依法引用他人的成果，均已做出明确标注或得到许可。论文内容未包含法律意义上已属于他人的任何形式的研究成果，也不包含本人已用于其他学位申请的论文或成果。

本人如违反上述声明，愿意承担由此引发的一切责任和后果。

论文作者签名：邵帅

日期：2013 年 5 月 29 日

学位论文知识产权权属声明

本人在导师指导下所完成的学位论文及相关的职务作品，知识产权归属学校。学校享有以任何方式发表、复制、公开阅览、借阅以及申请专利等权利。本人离校后发表或使用学位论文或与该论文直接相关的学术论文或成果时，署名单位仍然为青岛大学。

本学位论文属于：

保密 ☐，在 年解密后适用于本声明。

不保密 ☒。

（请在以上方框内打“√”）

论文作者签名：邵帅

日期：2013 年 5 月 29 日

导师签名：宋晓霞

日期：2013 年 5 月 29 日

（本声明的版权归青岛大学所有，未经许可，任何单位及任何个人不得擅自使用）